

淡江大學 1 1 1 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷資料科學	授課 教師	何宗武
	MARKETING DATA SCIENCE		
開課系級	數科一碩士班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLSAM1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG9 產業創新與基礎設施 SDG12 負責任的消費與生產		
系 (所) 教育目標			
培育整合統計與資訊專業知能的跨領域數據科學分析人才，提供不同專業領域有效益的決策方法與策略，創造數據資料最大的應用價值。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 具數據分析的能力。(比重：30.00) B. 具資訊應用的能力。(比重：20.00) C. 具邏輯推理的能力。(比重：30.00) D. 具整合各領域知識的能力。(比重：20.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：5.00) 2. 資訊運用。(比重：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：20.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：20.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：20.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			
課程簡介	資料科學分析方法應用到行銷決策。本課程以金融行銷(推薦系統)和商品行銷兩個主題。		

	Applications of data science tools to marketing decision-making. This course covers two topics: Financial marketing and commodity marketing.
--	--

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能 (Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知 (Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意 (Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能 (Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標 (中文)	教學目標 (英文)
1	應用工具程式, 處理行銷相關數據	Applications of software tools to manipulate marketing data

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所) 核心能力	校級 基本素養	教學方法	評量方式
1	技能	ABCD	12345678	講述、討論、實作	測驗、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	111/09/05~ 111/09/11	What is marketing (Incentives) and marketing data science?	
2	111/09/12~ 111/09/18	Topic 1. Financial marketing: Understanding risk-returns and portfolios	
3	111/09/19~ 111/09/25	Financial Marketing of Robot Advisor— Classes of Portfolios Choice	
4	111/09/26~ 111/10/02	RLab: Open Data for Financial Markets & fPortfolio	
5	111/10/03~ 111/10/09	RLab: fPortfolio & FRAPO	
6	111/10/10~ 111/10/16	How to Augment the Portfolio Frontier?	
7	111/10/17~ 111/10/23	How to Build a Financial Recommendation System?	
8	111/10/24~ 111/10/30	Risk Modelling and Predicting Financial Risk	
9	111/10/31~ 111/11/06	Cont.	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考	

11	111/11/14~ 111/11/20	Topic 2. Business Marketing: Understanding markets and market structure	
12	111/11/21~ 111/11/27	Predicting consumer choice: classification methods	
13	111/11/28~ 111/12/04	Targeting current customers	
14	111/12/05~ 111/12/11	Finding new consumers	
15	111/12/12~ 111/12/18	Positioning products	
16	111/12/19~ 111/12/25	Developing new products	
17	111/12/26~ 112/01/01	Project presentation (Group or Individual Project)	
18	112/01/02~ 112/01/08	期末考	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		Miller Thomas W. (2015) Marketing Data Science— Modelling Techniques in Predictive Analytics with R and Python. NY: Pearson.	
參考文獻		Miller Thomas W. (2015) Marketing Data Science— Modelling Techniques in Predictive Analytics with R and Python. NY: Pearson.	
批改作業 篇數		篇 (本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫)	
學期成績 計算方式		◆出席率： 5.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈第17週報告〉：25.0 %	
備考		「教學計畫表管理系統」網址： https://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 ※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。	